

EN BUSCA DEL AURA PERDIDA: ESPECTACULARIZAR LA INTIMIDAD PARA SER ALGUIEN

PAULA SIBILIA *

Universidad Federal Fluminense de Rio de Janeiro, Brasil

RESUMEN Este artículo analiza el fenómeno de exhibición de la intimidad de los usuarios de Internet a través de herramientas como *blogs, fotoblogs, webcams, YouTube y Facebook*. Esas novedades se examinan como síntomas de una transformación en las subjetividades, una ruptura con respecto a las formas típicamente modernas de ser y estar en el mundo. Ahora se estaría desplazando el eje alrededor del cual se edifican las subjetividades, con cierto declive de la "interioridad psicológica" y una creciente "exteriorización" del yo. En una cultura propulsada por el imperativo de la visibilidad, el culto a las apariencias y la búsqueda de celebridad, las viejas esencias interiorizadas se desvanecen y hay que mostrarse espectacularmente para ser alguien. Como una tentativa de rescatar esa autenticidad perdida, se exhibe en la superficie corporal (y en las pantallas) el personaje atractivo que cada uno desea ser.

PALABRAS CLAVE autenticidad; interioridad; internet; subjetividad contemporánea; visibilidad

IN SEARCH OF THE LOST AURA: MAKING A SPECTACLE OF ONE'S INTIMACY TO BE SOMEBODY

ABSTRACT This article analyzes the phenomenon of the exhibition of Internet users' intimacy through blogs, photoblogs, webcams, YouTube and Facebook. These novelties are examined as symptoms of some transformations in subjectivities, concerning a disruption in the typically modern ways of being and living in the world. The axis around which subjectivities are built is tilting away from the "psychological interior" towards an increasing "outwardness" of the self. In a culture driven by the imperative of visibility, the cult of the appearance and the search for celebrity, the old interiorized essences are fading. Thus, to be somebody, people have to show themselves spectacularly. As an effort to rescue the lost authenticity, each person exhibits, on the body surface (and on the screens) the attractive character he or she wants to be.

KEYWORDS contemporary subjectivity; internet; visibility; psychological interior; authenticity

RECIBIDO CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

15 Julio 2009

Sibilia, P. (2009). En busca del aura perdida: Espectacularizar la intimidad para ser alguien.

ACEPTADO

19 Octubre 2009

Psicoperspectivas, VIII (2), 309-329. Recuperado el [día] de [mes] de [año] desde <http://www.psicoperspectivas.cl>

*** AUTORA PARA CORRESPONDENCIA:**

Profesora del Programa de Postgrado en Comunicación y del Departamento de Estudios Culturales y Medios, Universidad Federal Fluminense, Río de Janeiro, Brasil.

Correo de contacto: sibilia@terra.com.br

Elegir la propia máscara es el primer gesto voluntario humano, y es solitario.

Clarice Lispector

La más común de las cosas puede volverse deliciosa, basta con ocultarla.

Oscar Wilde

“Aparecer me hace feliz, no lo hago por dinero”, cuenta una adolescente que publica sus fotos eróticas en un blog. “Todavía no puedo creer que los chicos hablen sobre mí”, confiesa la misma joven emocionada, refiriéndose a los comentarios que recibe de sus espectadores a través de Internet. “¡Es como tener fans!”, resume orgullosa. “Estoy todo el día en la computadora de mi cuarto”, explica otra chica de trece años de edad. “En el *Messenger* tengo 650 contactos con los que chateo todo el día, además, tengo tres fotologs personales, donde subo mis fotos y escribo sobre mi vida” (Tosi, 2007, p. 1). A pesar del extrañamiento que todavía puede provocar ese tipo de declaraciones de los usuarios más jóvenes de Internet, de algún modo, estas raras costumbres ya dejan de sorprendernos. Se han convertido en una rutina más de la cultura contemporánea.

Y no se trata de algo restringido a los relucientes canales interactivos de la llamada Web 2.0. Algo similar ocurre, por ejemplo, cuando las emisoras de televisión de diversos países ponen en escena una nueva edición de sus *reality-shows* basados en el modelo del programa *Big Brother* o Gran Hermano. Todo aquello que, en un principio, podía impresionar por su insólita extravagancia, como mostró el éxito internacional de la película *El show de Truman*, estrenada en 1998, ahora pasó a formar parte del paisaje habitual. Cada nueva temporada de esos ciclos televisivos suele derramar una marea de informaciones e imágenes acerca de todo lo que sucede entre las paredes de una casa infectada de cámaras de video, donde los protagonistas de ese “espectáculo de la realidad” muestran el somnoliento transcurrir de sus vidas y su presunta “intimidad”. Y, al contrario de lo que ocurría en aquel drama protagonizado hace ya una larga década por el desesperado Truman de la ficción cinematográfica, ahora todos parecen muy interesados no sólo en espiar las

trivialidades de la cotidianeidad ajena sino también en mostrarse en esas nuevas vidrieras mediáticas.

Esas ansias tan actuales de exhibirse en las pantallas dan cuenta, por tanto, de cierto clima de época. “Muchos jóvenes no parecen tener instintos de protección de la privacidad”, justificó un especialista al evaluar los lucros millonarios que *MySpace* —uno de esos sitios donde los adolescentes vierten buena parte de sus vidas— prevé recaudar con el envío de publicidad dirigida a sus millones de usuarios de todo el mundo (Givens, 2007). El sistema presentado en esa ocasión apuntaba a orientar los anuncios y propagandas de diversas empresas en función de los datos supuestamente privados de los participantes, aunque éstos fueran ostensivamente divulgados por ellos mismos en sus *blogs*, perfiles y conversaciones *on-line*. ¿Qué tipo de datos? Todo un acervo de detalles menudos o grandilocuentes, que en otros tiempos habrían sido evaluados como “íntimos” sin hesitación y, por tal motivo, habrían permanecido resguardados en el pequeño universo secreto de cada cual. Ahora, sin embargo, esa información se convierte en material públicamente disponible, y puede capitalizarse como el valioso combustible que alimenta a la voracidad consumista de la actualidad.

De la soledad privada a las vitrinas mediáticas

En estos tiempos de barrios cerrados y pánico por la (in)seguridad, resulta curioso que esos jóvenes tan representativos del espíritu de la época parezcan “vivir en casas de vidrio, no detrás de cortinas bordadas o de terciopelo”, como constataba David Riesman en su libro “La muchedumbre solitaria” (Riesman, 1995, p. 34). Claro que ese autor no aludía a los adolescentes hiper-conectados de hoy en día, sino a aquella generación de norteamericanos de clase media y alta que a mediados del siglo XX prometía desplegar en el mundo una serie de características novedosas. Publicado originalmente en 1950, el libro de Riesman es un estudio sociológico sobre la “transformación del carácter” que habría ocurrido en ese momento histórico, especialmente en los Estados Unidos. Esa mutación revelaba un desplazamiento de los ejes en torno de los cuales cada sujeto edifica lo que es: un deslizamiento desde “adentro” de uno mismo hacia “afuera” de aquella antigua esencia que se ocultaba en las propias entrañas. O, más precisamente, un desplazamiento de aquel núcleo del yo situado en las profundidades íntimas del “carácter” individual, hacia todo aquello que los demás pueden observar y constatar como la “personalidad” del sujeto que se

muestra e interactúa en el mundo. Por eso, el sociólogo aludía al abandono de un modelo de subjetividad introdirigida y al inminente surgimiento de un nuevo tipo, que sería alterdirigido u orientado hacia los otros.

De modo que esa segunda modalidad de auto-estilización, tan a tono con los cambios históricos ocurridos después de la Segunda Guerra Mundial, no se asienta más en aquella densa base constituida por la propia "interioridad", como solía suceder en las sociedades occidentales a lo largo del siglo XIX y principios del XX. En cambio, el nuevo tipo de personalidad invierte todos sus esfuerzos en las apariencias, apuesta todos sus recursos con el fin de controlar los efectos que el propio aspecto físico puede provocar en sus contemporáneos. ¿Por que esa transformación se desató en la segunda mitad del siglo pasado? La respuesta para semejante cuestión no puede ser simple. Sin embargo, algunas pistas se dejan vislumbrar: el modo de vida y los valores privilegiados por el capitalismo en auge habrían sido primordiales en esa transición, al propiciar el desarrollo de habilidades de autopromoción en cada individuo y suscitar la instauración de un verdadero mercado abierto de personalidad, en el cual la imagen personal y la reputación es el principal valor de cambio.

"Los norteamericanos siempre buscaron una opinión favorable", explica Riesman, "y siempre tuvieron que buscarla en un mercado inestable, donde las cotizaciones del yo podrían cambiar, sin la restricción de precios de un sistema de castas o de una aristocracia" (Riesman, 1995, p. 34). No obstante, a pesar de esta tradición ya cimentada por el recorrido nacional tan característico del "*american way of life*", fue recién a mediados del siglo pasado cuando ocurrió esa genuina "redefinición del yo" que terminó "exteriorizando" la subjetividad. Porque el nuevo modelo es, antes que nada, un tipo subjetivo que desea ser amado y deseado, que busca desesperadamente la aprobación ajena y, para lograrlo, intenta tejer contactos y relaciones íntimas con los demás. No es casual que, sesenta años después de la enunciación de esa sugerente tesis por el sociólogo norteamericano, más de la mitad de los adolescentes de ese país posean *blogs* y *photoblogs*, además de participar intensamente de las redes sociales disponibles en la *Web*. Porque esas novedosas herramientas, que permiten practicar la exposición de sí mismo y ejercer una intensa sociabilidad mediada por las computadoras interconectadas, no parecen contemplar las antiguas

inquietudes con respecto a la defensa de la privacidad. No sólo la propia, sino tampoco la de los amigos, enemigos, parientes y colegas; es decir, todos aquellos que también suelen habitar esas confesiones multimedia.

Así, en un aparente retorno a los modos de vida en las zonas rurales y pequeños pueblos anteriores a la masiva urbanización de Occidente, en esta "aldea global" del siglo XXI resulta imposible preservar los secretos. Aquí, sin embargo, el anonimato puede ser útil para consumir ciertas estrategias individuales, pero la discreción está lejos de constituir uno de los valores más preciados. Al contrario, inclusive: en los escenarios virtuales del ciberespacio, la mera posibilidad de pasar desapercibido puede convertirse en la peor pesadilla. Más allá de la cantidad de lectores o espectadores que logren reclutar, de hecho, los adeptos de los nuevos recursos de la Web 2.0 suelen pensar que su presuntuoso yo tiene derecho a poseer una audiencia. Y a seducir ese público se dedican todos los días, con sus relatos, fotos y videos de tono intimista y cotidiano, donde el protagonista exclusivo es siempre el mismo: yo. Es decir, un sujeto que es simultáneamente autor, narrador y personaje principalísimo de todas las peripecias.

Nada de eso deja de tener sentido, según las transformaciones antes comentadas, porque en el imperio de las subjetividades alterdirigidas, todo lo que es debe ser visto para poder realmente ser. De modo que cada uno es lo que muestra de sí mismo: todo eso y nada más que eso. Por tal motivo, no es casual que varios estudiosos de esos fenómenos contemporáneos de auto-estilización y auto-exhibición los analicen recurriendo al concepto de "capital social", según el cual la popularidad tan buscada en las zonas interactivas de Internet se define como "una forma de capital y un valor en red". En ese sentido, los *blogs* y *fotologs* personales operarían como espacios para "obtener un gran repositorio de capital social de apoyo a los usuarios" (Recuerdo, 2008, p. 14). El mercado de las personalidades visibles pierde, así, su condición meramente metafórica, y la *Web* se presenta como una estructura muy adecuada para hospedar esas estrategias de autopromoción así como las cotizaciones volátiles de cada yo.

Resuenan, aquí, algunos ecos lejanos que vale la pena traer a colación, con el fin de intentar comprender cuales son los sentidos de estas nuevas prácticas. Hace mucho tiempo, en el otoño de 1928, la escritora Virginia Woolf fue invitada a dar una serie de conferencias sobre la relación entre la mujer y la novela. La invitación partió de dos instituciones universitarias "*for ladies*", porque las demás

–las buenas– por aquella época aún estaban restringidas a los “*gentlemen*”. la célebre escritora aprovechó la ocasión para intentar responder, larga y bellamente, una pregunta: ¿por qué las mujeres no habían escrito, hasta entonces y salvo poquísimas excepciones, buenas novelas? He aquí una síntesis de la respuesta: porque no tenían un cuarto propio. Carecían de un espacio privado, una habitación exclusiva para ellas, donde sería posible quedarse a solas. Por eso, si las dificultades siempre fueron grandes para quien quisiera crear una obra literaria, por lo menos hasta aquel momento todo había sido infinitamente más complicado para las mujeres. En primer lugar porque para ellas, “hasta principios del siglo XIX, tener un cuarto propio, para no hablar de una habitación tranquila o a prueba de ruidos, era inconcebible” (Woolf, 1993, p. 72).

La respuesta es muy justa, aunque el diagnóstico no deja de ser correcto también para la mayoría de los hombres, por lo menos hasta algún tiempo antes de la fecha señalada por la novelista inglesa. “En el siglo XVI era raro que alguien tuviese una habitación sólo para él”, explica Witold Rybczynski (1991) en su libro sobre la historia de la casa. Habrían de pasar más de cien años aún, hasta bien avanzado el siglo XVII e iniciado el XVIII, para que comenzasen a aparecer los ambientes “en los cuales se podía retirar uno de la visión del público” (Rybczynski, 1991, p. 29). Pero la noción de que tales habitaciones debían ser confortables y silenciosas surgiría recién en el siglo XVIII, al menos para los hombres más afortunados. De cualquier modo, el desfase aludido por Virginia Woolf implicó una enorme desventaja para las damas, ya que el ambiente privado se impuso como un requisito fundamental para que el yo del morador pudiese sentirse a gusto y aflorar. Solamente así, en soledad y a solas consigo misma, la subjetividad moderna podía expandirse sin reservas y autoafirmarse en su radiante individualidad.

En aquellos tiempos en que la autora británica erguía su voz, tan inflamada como majestuosa, ese espacio de la privacidad ya había asumido un papel primordial. Era necesario disponer de un recinto propio, separado del mundo público y de la intromisión ajena por sólidos muros, cortinados y puertas cerradas, no sólo para poder convertirse en una buena escritora, sino también para poder ser alguien. Para volverse un sujeto, para estar en condiciones de producir la propia subjetividad, que obviamente era un modo de ser “introducido”. Además de

constituir un requisito básico para desarrollar el yo, el ambiente privado también era el terreno donde transcurría la intimidad. En esos espacios se engendraban, en pleno auge de la cultura burguesa, los relatos de sí: las cartas y los diarios tradicionales, todas esas escrituras íntimas que proliferaron en el siglo XIX y que canalizaron el intenso furor de “desciframiento de sí mismo” que envolvió no sólo a los hombres sino también a las mujeres y a los niños de aquella época (Corbin y Perrot, 1991, p.162).

Para escribir esos textos confesionales y, en ese gesto, crearse como un yo que es al mismo tiempo autor, narrador y personaje de la propia vida, era necesario estar a solas y en silencio. Esos escritos demandaban, también, una distancia espacial y temporal con respecto al destinatario de las cartas y a los eventuales lectores de los diarios. Éstos últimos, en general, sólo tenían acceso a los textos tras la muerte del autor, en caso de que éste fuese una figura célebre por haber realizado algo excepcional, capaz de despertar el interés póstumo de los posibles lectores. Las versiones cibernéticas de estos relatos de sí, por su parte, también suelen ser prácticas solitarias, aunque su estatuto es bastante más ambiguo porque al exponerse en Internet se instalan en el límite de la publicidad total. La pantalla de nuestras computadoras no es tan sólida ni opaca como los muros de los antiguos cuartos propios. Además, la distancia espacial y temporal con respecto a los lectores se ha reducido sensiblemente.

Por todos esos motivos, para intentar comprender los sentidos de estas mutaciones, hay que considerar que la separación entre el ámbito público y el dominio privado de la existencia es un invento histórico: una convención que en otras culturas no existe y, entre nosotros, es bastante reciente. La esfera de la privacidad sólo ganó consistencia en la Europa de los siglos XVIII y XIX, como una repercusión del desarrollo de las sociedades industriales modernas y su modo de vida urbano. Fue precisamente en esa época cuando empezó a construirse, entre cuatro paredes, un espacio que pudiera servir de refugio para el individuo, capaz de otorgar a esos nuevos sujetos algo que tanto ansiaban: un territorio a salvo de las exigencias y peligros del medio público de las calles. Toda esa calidez hogareña que prosperó en el siglo XIX estaba ausente de las viviendas medievales, con sus habitaciones en las cuales todos compartían casi todo. Entre los estímulos para fundar esa escisión público-privado en la Era Moderna, y para la gradual expansión de esta última esfera en desmedro de la primera, figuran va-

rios factores. La institución de la familia nuclear burguesa, por ejemplo, así como la separación entre el espacio/tiempo de trabajo y el de la vida cotidiana, además de los nuevos ideales de *confort*, domesticidad e intimidad. Resulta significativo que todos esos elementos hoy estén en crisis y, probablemente, también en mutación, tal como lo insinúan tanto la casa agujereada por una multitud de ojos electrónicos del programa "*Big Brother*", como los rincones del ciberespacio donde los jóvenes suelen sumergirse eufóricamente para exhibirse sin pudores.

No obstante, en aquellos tiempos remotos en que los secretos de la intimidad estaban vivenciaban su apogeo, ha sido uno de esos factores –la paulatina aparición de un "mundo interno" en cada individuo– el detonante para que el hogar se convirtiera en un territorio propicio para amparar esa "vida interior", que ya brotaba con todo vigor y pronto florecería. Las casas asumieron su papel de lugares privados, donde se definieron funciones específicas y fijas para los diversos ambientes, e inclusive apareció una habitación aún más íntima para celebrar actividades privadas como la escritura. Esos recintos no se destinaban solamente al placer solitario de compenetrarse en el universo ficticio de las novelas y otras obras literarias, sino también en la escritura y la lectura de cartas y diarios. De preferencia, ese aposento gloriosamente individual estaría situado en el corazón de una confortable casa burguesa, pero su esencia no cambiaría si fuera una pequeña e incómoda habitación alquilada en una pensión. Como subrayó Virginia Woolf, lo importante era que se tratase de "un alojamiento independiente, por miserable que fuera", porque solamente en ese cubículo cerrado y aislado del mundo, su habitante podría sentirse a gusto, no sólo a salvo del ruido de las calles sino también "de los reclamos y tiranías de sus familias" (Woolf, 1993, p.72). Solamente en esas condiciones, ese sujeto absolutamente moderno podría concentrarse en su obra –si se trataba de un escritor o una escritora– y, sobre todo, en su yo finamente "introducido".

Así, en oposición a los hostiles protocolos de la vida pública, el hogar se fue transformando en la comarca de la autenticidad y la verdad: un refugio donde el yo se sentía seguro, un abrigo donde estaba permitido ser uno mismo. La soledad, que en la Edad Media había sido un estado inusual y no necesariamente apetecible, se convirtió en un verdadero objeto de deseo. Pues únicamente en-

tre esas paredes consideradas propias era posible desdoblar un conjunto de placeres hasta entonces inéditos y ahora vitales, al resguardo de las miradas intrusas y bajo el imperio austero del decoro burgués. Sólo allí era posible disfrutar del deleite y de la ardua labor de estar consigo mismo. Fue así como se configuraron, en los preludios de la Modernidad, dos ámbitos claramente delimitados: el espacio público y el privado, cada uno con sus funciones, reglas y rituales que debían ser prudentemente respetados. Y fue así, también, cómo germinó un tipo de subjetividad particular, dotada de un atributo muy especial: interioridad psicológica.

En ese núcleo vagamente ubicado “dentro” de cada uno, en las propias profundidades, fermentaban pensamientos y sentimientos privados. ese repertorio afectivo merecía todos los cuidados: debía ser cultivado, sondeado y enriquecido constantemente. Por eso, algunos estudiosos se refieren a esta criatura como “*homo psychologicus*”. Un tipo de sujeto que, como afirma el psicoanalista Benilton Bezerra Jr., “aprendió a organizar su experiencia en torno de un eje situado en el centro de su vida interior” (Bezerra, 2002, p. 232). Se trata de un carácter “introducido”, cuya transformación y consecuente eclipse fueron analizados por el mencionado David Riesman: un tipo de subjetividad volcada hacia dentro de sí misma y que, por tal motivo, necesitaba guarnecerse por detrás de cortinas de encajes o terciopelo, lejos de la indiscreción de las ventanas de vidrio y los orificios de las cerraduras, para no mencionar las cámaras de televisión o incluso las más modestas *webcams* que algunas décadas más tarde empezarían a popularizarse. Todos esos avances confirman, justamente, que ese tipo de autoestilización está quedando obsoleta. Ya sea en las pantallas de la televisión o en Internet, hoy en día, millones de desconocidos suelen seguir con fruición el relato minucioso de una vida cualquiera, con todas sus peripecias registradas y exhibidas sin interrupción. Surge, así, “la vida tal como es”, irradiando al mismo tiempo todo su fascinación y toda su irrelevancia.

Lo que está sucediendo es bastante paradójico, o tiene al menos dos facetas. Por un lado, sigue vigente la celosa preservación de ciertos datos personales bajo señas y candados, contra posibles invasiones de la privacidad; sobre todo, las informaciones bancarias y comerciales de los individuos. Por otro lado, se promueve una verdadera evasión de la privacidad en campos que otrora concernían a la púdica intimidad personal. en este último sentido, hay quien clame por la de-

fensa del acorralado espacio público actual, puesto que la intimidad parece haberse evadido del espacio privado y pasó a invadir aquel universo que antes se consideraba público. Con respecto a los supuestos peligros de la invasión de la privacidad individual, que los discursos periodísticos suelen presentar como el riesgo inminente de tener “la identidad robada”, por ejemplo, lo más habitual es que se refieran tan sólo a los datos financieros. Algo muy distinto es la evasión de la intimidad, es decir, la exposición voluntaria y estridente en la visibilidad de las pantallas globales. En este caso, lo que se busca es otra cosa: mostrarse abiertamente y sin temores, con el fin de constituirse como un yo visible.

De modo que las tendencias de exposición de la intimidad y de espectacularización de la vida cotidiana, que hoy proliferan por todas partes, no parecen denotar cualquier recelo o temor a una irrupción indebida en la privacidad de cada uno. En cambio, las nuevas prácticas expresan un deseo de desbordar la propia intimidad, ganas de exhibirse y hablar de sí mismo para que todo el mundo vea y sepa “quién soy yo”. Son muy fuertes, y cada vez más extendidas, esas ansias de forzar los límites del antiguo espacio privado para mostrar lo que se es, para hacer público y visible ese yo supuestamente íntimo. En ese gesto, la nueva legión de “confidentes” y “confesandos” que llenan todas las pantallas promete satisfacer otra voluntad general del público contemporáneo: no sólo la urgencia de mostrarse, sino también “la avidez por curiosear y consumir vidas ajenas” (Foucault, 1980, p.59).

Por todos esos motivos, se están resquebrajando los muros que solían proteger la privacidad individual. Las paredes de aquellos hogares burgueses y de los cuartos propios, que abrigaban al delicado yo del “*homo psychologicus*” y del “*homo privatus*” de la era industrial, hoy parecen derrumbarse. Aquellos muros que eran sólidos, opacos e intransponibles, súbitamente se han vuelto traslúcidos. La función de las viejas paredes del hogar consistía, precisamente, en extraer el máximo provecho de dichas características: eran macizas porque debían servir como una cápsula para proteger a su morador de la intromisión ajena. Ahora, sin embargo, esos muros se dejan infiltrar por miradas técnicamente mediadas o mediatizadas, que flexibilizan y ensanchan los límites de lo que se puede decir y mostrar. Desde las *webcams* hasta los paparazzi, desde los blogs y fotologs hasta los aún más flamantes *nano-blogs* como

Twitter, desde los vídeos caseros que inundan sitios como el de *YouTube* hasta las conversaciones demasiado expuestas en las redes sociales como *Facebook* y *MySpace*, desde las cámaras de vigilancia que custodian edificios y calles hasta los *reality-shows* y *talk-shows* de la televisión.

La vieja intimidad perdió su nitidez y se transformó en otra cosa. Ahora está a la vista de todos. Por eso, para ilustrar esa mutación, no hace falta recurrir al ejemplo alevoso de aquella casa tachonada de cámaras que hace ya varios años constituye un éxito en los televisores de diversos países del mundo. Aunque se trate de un simulacro de la típica vivienda burguesa, los muros de la casa del programa *Gran Hermano* son transparentes, y todo lo que ocurre en su interior es monitoreado por millones de personas que miran sus televisores cómodamente instalados en sus cuartos propios. Aunque tenga menos *rating*, una minúscula *webcam* casera desempeña idéntico papel: abre una ventana virtual en la tranquilidad del hogar y muestra todo lo que allí sucede a quien quiera dar un vistazo. Y también suele mostrar, de hecho y con todavía más énfasis, todo lo que allí no sucede. Algo que, sin duda, habría horrorizado a Virginia Woolf, quien hace ocho décadas defendía ardientemente el derecho a la privacidad para las damas modernas.

¿Ser, tener o parecer?

¿Qué resta, entonces, de aquel *homo psychologicus* con su carácter secretamente introdirigido? ¿En qué se ha convertido, bajo estas nuevas condiciones, el viejo *homo privatus*? En los umbrales del siglo XXI, por lo visto, esos personajes transmutaron en las celebridades visibles del “espectáculo de la realidad” que todos queremos ver e ser. O, cuanto menos, parecer. Un viejo refrán reza que “las apariencias engañan”, pero la verdad cristalizada en esa frase parece haber perdido su validez. Tras las turbulencias que las sociedades occidentales atravesaron en los últimos años —y, muy especialmente, a lo largo de la última década— vale la pena poner en cuestión la actualidad de ese cliché. Al final de cuentas, ya hace más de cuarenta años que Guy Debord dio a conocer su obra titulada *La sociedad del espectáculo* (Debord, 1995), un largo manifiesto acompañado de una película homónima, como dos dignos frutos de la revuelta contracultural que culminaría en las insurrecciones parisinas de mayo de 1968.

Una de las tesis más famosas de ese libro afirma que la primera fase de la “dominación de la economía sobre la vida social” entrañó, en la definición de toda realización humana, “una evidente degradación del ser en tener” (Debord, 1995, p.17). en la etapa del capitalismo que tuvo su apogeo en el siglo XIX e inicios del XX, la capacidad de acumular bienes y el hecho de poseer determinadas pertenencias podía definir lo que se era. De algún modo, todos aquellos objetos que acolchonaban la privacidad individual en pleno auge de la era burguesa daban cuenta de cierta esencia de sus dueños: hablaban de quién se era. pero ahora, en el estado actual de “colonización total de la vida social por los resultados acumulados de la economía”, en la sociedad del espectáculo, en fin, ocurre “un deslizamiento general del tener en parecer”. es justamente de ese parecer, de esas apariencias y de esa visibilidad, de donde todo real tener debe extraer su prestigio inmediato y su función última, concluía Debord (1995). En otras palabras: si no se muestra, si no aparece a la vista de todos y si los otros no lo ven, entonces de poco sirve tener lo que sea.

Así, curiosamente, aún en el modo de producción y consumo capitalista en que seguimos inmersos, el concepto de propiedad llega a perder buena parte de su antigua nitidez. Al compás de todas las otras transformaciones que están en curso, esa noción también se metamorfosea, en provecho de formas más flexibles de apropiación y acceso a experiencias, sensaciones y universos exclusivos. Y esas nuevas reglas de juego diseñan, justamente, el inestable territorio de las apariencias. “La propiedad es una institución demasiado lenta para ajustarse a la nueva velocidad de nuestra cultura”, asevera el economista Jeremy Rifkin (2001) en su libro “La era del acceso”, porque se basa en la idea de que poseer un activo físico durante un largo período de tiempo es algo valioso (Rifkin, 2001 p.5). Lo cual no se verifica necesariamente en una economía en la que los cambios son la única constante. Al contrario, en una sociedad donde cambiar se convirtió en una obligación permanente, verbos como tener, guardar y acumular pierden sus antiguos sentidos. O, al menos, su carga valorativa disminuye ante otras formas de relacionarse con los objetos y los sujetos.

Mientras los individuos contemporáneos parecen liberarse, al fin, del pesado vínculo de propiedad con respecto a todos aquellos artefactos polvorientos que envejecían en sus casas sin nunca perecer, otros verbos se valorizan hoy en día,

tales como acceder y parecer. y también otros sustantivos, que de repente pasan a ocupar el centro de la escena: las apariencias, la visibilidad y la celebridad. Walter Benjamin (1994) ya había apuntado el germen de esos procesos en la lejana década de 1930, al detectar la emergencia de una novedad que juzgó significativa: las “casas de vidrio”. Muy distintas de todo lo que se había visto hasta entonces en materia arquitectónica, los nuevos edificios construidos por las vanguardias modernistas prescindían de cualquier ornamento. Eran simples ensamblajes de superficies planas y geométricas: una síntesis precisa de piezas ajustables, que celebraban tanto la practicidad de la máquina como la economía de la producción industrial.

¿Qué implicaba esta curiosa innovación? El vidrio es un material no sólo transparente, sino también duro y liso, en el que nada se fija. Junto con el frío del acero, el vidrio creaba ambientes en los cuales era difícil dejar rastros. Nada más opuesto a las necesidades y los sueños que se cobijaban en la típica casa burguesa del siglo XIX, por ejemplo, donde la subjetividad introdirigida del morador podía yacer a gusto. En aquellos ambientes de antaño, donde el yo se sentía protegido por las paredes del hogar, los sujetos se permitían desbordar su delicada interioridad para plasmarla diariamente en sus objetos cotidianos. Porque esa tarea de dejar huellas e impregnar todo el entorno con los propios vestigios formaba parte de las reglas implícitas de aquel universo. Algo inviable en una casa de vidrio, como ésas que surgieron a mediados del siglo XX.

Y ahora, ¿qué sucede? Cabe recordar que las pantallas, que cada vez más habitamos, también son de vidrio. “Las cosas de vidrio no tienen ningún aura”, constataba hace ya casi un siglo el filósofo alemán, “el vidrio es, en general, enemigo del misterio” (Benjamin, 1994, p. 115). Hoy sabemos que la transparencia lisa y brillante de la pantalla de un monitor conectado a Internet puede ser aún más enemiga de los secretos, más locuaz e indiscreta que cualquier ventana modernista. Nada más lejos de aquellos espacios recubiertos de terciopelo y encajes que eran los clásicos hogares del siglo XIX, aquellos ambientes colmados de muebles, alfombras y adornos de porcelana, en los cuales los sujetos modernos recreaban su subjetividad. Benjamin evoca, inclusive, la “indignación grotesca” del habitante de ese tipo de lugares, cuando por casualidad se rompía alguno de los preciosos objetos coleccionados en los estantes hogareños. Esa desesperación era la reacción típica de alguien que veía sus bienes más familiares hacién-

dose añicos, alguien “cuyos vestigios sobre la tierra estaban siendo abolidos” (Benjamin, 1994, p. 118).

En cambio, en un mundo de pura transparencia y visibilidad total, como aquel con el cual se atrevían a soñar las casas de vidrio de los arquitectos modernistas, la opacidad era un problema a ser eliminado. Causaban cierta incomodidad tanto el espesor de las paredes como la densidad de los infinitos ornamentos del salón burgués, pero quizás lo que más molestaba era la opacidad enigmática de su morador: aquel tipo de sujeto que protagonizó el siglo XIX e cuyo reino era el espacio íntimo del hogar. Precisamente, el *homo psychologicus* o el *homo privatus*, que en pleno siglo XX seguía expandiendo sus laberínticos dobleces.

En 1975, por ejemplo, varias décadas después de haberse insinuado esas primeras amenazas al imperio de la vieja privacidad burguesa, Andy Warhol disparó la siguiente bomba: “deberíamos vivir en un gran espacio vacío” (Warhol, 1998, p. 155). Para eso, el icono del arte pop recomendaba las enormes ventajas de librarse de todas las pertenencias: dejar de tener para poder ser. “Lo que deberías hacer es comprar una caja cada mes, meterlo todo adentro y a final de mes cerrarla” (Warhol, 1998, p. 155). Tras adherir una etiqueta con la fecha en ese embalaje de cartón, el consejo era enviarla a Nueva York e intentar seguirle la pista. “Pero si no puedes y la pierdes, no importa, porque es algo menos en que pensar: te sacas otra carga de la mente” (Warhol, 1998, p. 155). Inspirándose en la costumbre japonesa de “enrollarlo todo y guardarlo en armarios”, Warhol consideraba aún más adecuado prescindir de la hipocresía de los roperos. Todo lo que solemos poseer en casa “debería tener fecha de caducidad, al igual que la leche, el pan, las revistas y los periódicos, y una vez superada esa fecha, deberías tirarlo” (Warhol, 1998, p. 155). el mismo artista confesó que solía hacer eso, todos los meses, con sus propios objetos. Y, como detestaba la nostalgia, de hecho esperaba que se perdiesen todas las cajas “para no tener que volver a verlas nunca más” (Warhol, 1998, p. 155). Vale imaginar, ante el tono ligeramente desvergonzado de estas frases, el semblante atónito y la indignación de aquellos personajes decimonónicos evocados por Walter Benjamin en sus salones repletos de objetos personales cuya fragilidad era preciso preservar eternamente para seguir siendo quien se era.

Algunos años más tarde, en la década de 1980 y principios de los años 1990 — épocas de abundancia en el consumo desenfrenado y deseos de distinción *blasé*—, ganó un aire chic ese desapego del cual Andy Warhol se burlaba. Nació, así, junto con los lofts posmodernistas y los reciclajes arquitectónicos, una extravagancia del lujo: el minimalismo. Especie de anorexia de la decoración, ese estilo genera ambientes vacíos, claros y muy limpios, de los cuales exhala una pureza inhumana. En esos espacios no hay, ni puede haber, rastro alguno. Por eso, parecen consumir el sueño imposible de las casas de vidrio modernistas. Al menos en lo que respecta a la actitud y al estilo, puesto que estos ambientes de fines del siglo XX nacieron vaciados de la ideología anti-burguesa que venía adherida a aquellos recintos mucho más circunspectos y creados varias décadas antes.

En las versiones más actuales, todo el énfasis reposa en el efecto visual del escenario clean, como relata el historiador de la arquitectura Witold Rybczynski (1991) al describir los interiores impecables de las revistas de decoración contemporáneas: escenarios immaculados de los cuales “se elimina cuidadosamente todo vestigio de que son habitados por seres humanos” (p. 202). En esos ambientes minimalistas, que brillaron al ocaso del siglo XX y todavía deslumbran con su luminosidad inerte, todas las posesiones personales se vuelven inútiles, y por eso deben esconderse en armarios disimulados en las paredes blancas, recreando aquella hipocresía japonesa que Andy Warhol menospreció. Aunque pueda resultar poco confortable vivir en esa severa perfección tan cuidadosamente ensayada, parece valer la pena hacerlo en aras de un estilo de vida tan refinado. O, por el menos, que así lo parezca.

Siguiendo esa tendencia, una de las imágenes del lujo extremo en lo concerniente a las “máquinas para vivir” más deseables aún hoy en día, sería un gran apartamento vacío ubicado en un piso imposiblemente alto, con enormes ventanas que dan a la nada: vidrios transparentes y limpiísimos, aunque siempre herméticamente cerrados. Todo es translúcido en esos espacios, salvo el techo y el piso, rigurosamente pintados del blanco más blanco. Suele tratarse de un solo ambiente sin límites de ningún tipo, pulcramente iluminado y climatizado, cuyos únicos habitantes son una multitud de pantallas planas gigantescas, cada vez mayores y cada vez más planas, en las cuales es posible ver todo, hacer todo, mostrar todo. El sueño de tener acceso a todo. Pero en esa sofisticación que in-

timida y acusa al mismo tiempo, no sorprende que todo deba desaparecer. no es tan sólo la sofocante acumulación de ornamentos lo que se suprime en estos nuevos hogares; es decir, aquellos muebles recargados, la profusión de adornos y las alfombras bordadas que atiborraban los hogares burgueses. También deben desaparecer “todos los indicios de descuido y fragilidad humana”, como afirma Rybczynski (1991) al concluir su largo paseo por la historia de la casa (pp. 200-202).

Para completar este cuadro, con el fin de comprender mejor estos sutiles deslizamientos del ser hacia el tener, primero y luego del tener hacia el parecer, cabe mencionar otro eslabón de esa trayectoria. Se trata de la muestra de una serie de proyectos de viviendas presentados en una exposición del Museo de Arte Moderno de Nueva York, en 1999, significativamente titulada *The Un-private House*. Estas casas no-privadas finiseculares usan y abusan de la transparencia del vidrio, tanto en las paredes como en la omnipresencia de pantallas digitales que reproducen un paisaje o transmiten informaciones sin cesar, que facilitan el encuentro con visitantes virtuales o permiten auto-observarse desde todos los ángulos posibles. Según el curador de la muestra, Terence Riley (1999), hoy la casa tiende a convertirse en “una estructura permeable, apta para recibir y transmitir imágenes, sonidos, textos e información en general”. Por eso, el hogar contemporáneo debería ser tratado como “una extensión de los eventos urbanos y como una pausa momentánea en la transferencia digital de información” (Ferraz, 2001, pp. 29-43).

Esa reformulación del espacio doméstico evidencia un radical distanciamiento con respecto a aquella vida privada de otrora, que transcurría bajo la cautelosa discreción de cuatro paredes opacas. Como recuerda Benjamin, en el típico ambiente burgués de fines del siglo XIX, no había “un único punto en el cual su habitante no hubiese dejado sus vestigios” (Benjamin, 1994, p. 118). Eran espacios saturados del yo del morador, llenos de marcas de su historia y de su interioridad laboriosamente exteriorizada, todo aflorando en objetos que se guardaban de este lado de las puertas cerradas a la calle. Una de las últimas etapas de esa profunda transformación, ya entrevista por el filósofo alemán en los años treinta y abiertamente execrada hace cuatro décadas por Guy Debord, tal vez

pueda ilustrarse con el éxito reciente de otro nuevo género mediático: los *reality-shows* de transformación.

¿Cómo comprender, si no, la fascinación suscitada por esos programas de televisión, en los cuales se efectúan alteraciones substanciales no sólo en el aspecto físico, sino también en los ambientes donde viven los voluntarios? El programa "*Queer eye for the straight guy*", por ejemplo, acompaña a cinco especialistas en sus tareas de transformación de una casa y su propietario. Cada uno de esos transformadores profesionales es responsable por un segmento de la vida del sujeto a ser reformado: apariencia, cultura, moda, gastronomía y vinos, decoración de interiores. Y los cinco peritos "están siempre corriendo, literalmente, como si estuviesen participando de un juego o una carrera", apunta Ilana Feldman en un ensayo sobre ese género televisivo. "Entran en las casas apurados y ansiosos, tirando todo lo que pueden –muebles, objetos personales, ropas– mientras hacen gala de un repertorio de comentarios feroces y hasta crueles" (Feldman, 2004, p. 2).

Si en alguna de esas residencias llegara a haber adornos de porcelana o cortinas de terciopelo, cabe imaginar que serían rápidamente descartados con la oportuna indignación grotesca por parte de estos agitados profesionales de la transformación. En este caso, sin embargo, contrariamente a lo que habría ocurrido con aquel burgués de fines del siglo XIX evocado por Walter Benjamin, el propietario no se ahogará en la desesperación al ver los restos de sus preciados objetos agonizando en la basura. En cambio, podrá mostrar una sonrisa de aprobación y un arrobamiento de la futura felicidad, al constatar que los vestigios de lo que él había sido hasta entonces estaban siendo abolidos o deletreados en ese gesto extremo. Porque el final de estos programas de televisión es siempre feliz: los participantes agradecen por la nueva vida que se les concedió junto con el cambio de imagen personal y ambiental. En todos los casos, se proponen olvidar quienes fueron para recomenzar desde cero, en una nueva casa y con otra apariencia física.

Construirse para sí mismo un aura de vidrio

Se diría que los participantes de esos programas de TV emergen liberados de esas mutaciones: redimidos de quienes fueron hasta entonces, tras haberse desbaratado de sus pertenencias y habiendo trocado su vieja subjetividad-

basura por una flamante subjetividad-lujosa, como diría la psicóloga brasileña Suely Rolnik (2007). Libres, al fin, de las aflicciones infringidas por sus antiguas formas corporales y por aquellos ambientes en los cuales hasta entonces habitaban, cuyas paredes los presionaban obligándolos a adquirir un conjunto de hábitos y manías, como también desconfiara Benjamin. No obstante, cabe preguntar: liberados del encarcelamiento de sus viejos objetos y de todo lo que fueron hasta entonces, ¿para convertirse en qué? Quizás para hacer coincidir perfectamente su ser con su parecer, podría responder Guy Debord. Para celebrar el triunfo de las relucientes apariencias, que en el imperio de la visibilidad y de la celebridad se complacen en devorar a las anticuadas esencias.

De modo que no sorprende, en este contexto, que los hogares estén perdiendo su función de refugio privado para proteger la intimidad, como espacios saturados de una infinidad de objetos significantes que se amarraban a las más profundas raíces de cada yo. Poco a poco, liberadas de las tiranías implícitas en la estabilidad y la permanencia del tener, nuestras casas se convierten en bellos escenarios en los cuales se realizan todas las fantasías del parecer. De preferencia, serán decorados mutantes (o, al menos, mutables), muy adecuados para servir de escenario a nuestras intimidades visibles que sueñan con transcurrir como bellas películas de no-ficción.

Solamente a la luz de estos complejos desplazamientos es posible entender el siguiente relato a propósito de una de las casas no-privadas, expuestas en la muestra arquitectónica realizada en 1999 en el Museo de Arte Moderno de Nueva York (MoMA). Uno de los jóvenes propietarios comentó que, en ocasión de la primera visita de sus padres a su flamante vivienda, tuvo que explicarles que en vez de cuartos, en su nueva casa sólo había “situaciones”. Si los hogares son dispositivos que operan como efectos de un determinado modo de vida, pero también funcionan como instrumentos para producir cierta clase de subjetividades, cabe sondear cuáles son los tipos de yo y las formas de sociabilidad que tienden a constituirse en estos nuevos ambientes. Espacios que siguen cobijando la privacidad individual, pero al mismo tiempo abandonaron la lógica del cuarto propio —y, junto con ella, también ha desaparecido buena parte de las tiranías asociadas al verbo tener— para subscribirse a las nuevas reglas del parecer. Esas

casas se convierten en escenarios translúcidos y abiertos a las miradas ajenas, donde es posible poner en escena el precioso juego de las apariencias.

Llama la atención, sin embargo, en este contexto en que la solidez de las antiguas esencias interiores parece definitivamente perdida, la repetida alusión a la "autenticidad" como un atributo considerado valioso para las subjetividades contemporáneas. Esa valorización no se constata únicamente en las vitrinas interactivas de la *Web 2.0*, sino también en los *reality-shows*, donde esa característica se presenta como un ingrediente de los más preciados en la propia constitución subjetiva. La autenticidad de los personajes que participan en esos juegos se impone como un factor imprescindible para conquistar al público y acumular, así, el tan codiciado "capital social", y también como un requisito para vencer el concurso en que se basan esos programas de televisión. Casualmente o no, se trata de uno de los términos a los que recurrió Walter Benjamin (1990) en su célebre ensayo escrito en 1935, con la intención de definir qué sería el "aura", aquella singularidad del aquí y ahora que hacía que la obra de arte original fuera única y la dotaba de cualidades cercanas a lo sagrado. Pero, como bien señaló el autor, esa autenticidad habría agonizado con el desarrollo de la reproductibilidad técnica aplicada a los objetos artísticos.

Si la extrapolación es tolerable, sería posible agregar que la autenticidad personal también habría expirado con el desvanecimiento de la interioridad psicológica que hacía que cada sujeto moderno fuera intrínsecamente único. Así, el aura personal también se habría apagado con la proliferación de copias, simulacros y falsificaciones de subjetividades descartables en la sociedad del espectáculo, un régimen y un modo de vida capaces de producir personalidades alterdirigidas, inestables, flexibles y mutantes. De esa transformación se derivaría la ansiedad actual por recomponer, de algún modo, el aura perdida: un deseo de apropiarse de cualquier cosa que parezca emparentada con aquella aureola de unicidad tan difícil de conseguir hoy en día. Y ése también sería el motivo del actual desplazamiento del aura, que abandonó la obra de arte pero se busca, con una insistencia creciente, en la figura estilizada del artista o de "cualquiera".

En este nuevo cuadro, el cuerpo y los modos de ser constituyen superficies lisas en las cuales todos los sujetos deberían ejercer sus artes y oficios de auto-creación, para poder transformarse en un personaje lo más "aurático" posible.

Alguien capaz de atraer las miradas ajenas y, de ese modo, poder valorizar su imagen y posicionar la marca de su yo en el competitivo mercado de las apariencias. Para lograr ese éxito, se ha vuelto necesario ficcionalizar lo que se es recurriendo a los códigos mediáticos audiovisuales, como si todos estuviéramos siendo filmados constantemente. Esas operaciones son cada vez más imprescindibles para poder realizar el propio yo, es decir, para concederle realidad a lo que se es. Porque las subjetividades alterdirigidas de hoy en día sólo parecen ganar consistencia y volverse reales, de hecho, cuando se ven enmarcadas por el halo luminoso de una pantalla de cine o de televisión. Como si vivieran dentro de un reality-show o en las páginas multicolores de una revista de celebridades, o como si la vida transcurriera bajo la lente incansable de una *webcam*. Es así como se pone en escena, todos los días, el *show* del yo. Se trata de convertir a la propia intimidad en un espectáculo y a la personalidad en una criatura orientada hacia las miradas ajenas, como si los otros constituyeran la audiencia de un espectáculo capaz de legitimar que el protagonista de ese *show* de hecho existe, y que ese yo es alguien.

Referencias

- Benjamin, W. (1994). Experiência e pobreza. En W. Benjamin (Ed.), *Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política* (vol. 1) (pp. 114-119). São Paulo: Ed. Brasiliense.
- Benjamin, W. (1990). A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. En L. Costa (Dir.), *Teoria da cultura de massa* (pp. 222-254). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Bezerra, B. (2002). O ocaso da interioridade e suas repercussões sobre a clínica. En I. Plastino (Dir.), *Transgressões* (pp. 229-239). Rio de Janeiro: Contra Capa.
- Corbin, A., y Perrot, M. (1991). El secreto del individuo. En P. Aries ARIÈS y G. Duby (Eds.), *Historia de la vida privada*, vol. 8. Madrid: Taurus.
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.
- Feldman, I. (2004). *Reality show, reprogramação do corpo e produção de esquecimento*. Trópico: San Pablo.
- Ferraz, M. (2001). Reconfigurações do público e do privado: mutações da sociedade tecnológica contemporânea. *Famecos, Porto Alegre, PUC-RS, 15*, 29-43.
- Foucault, M. (1980). Scientia sexualis. En M. Foucault (Ed.), *História da sexualidade I: A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal.
- Givens, B. (2007). MySpace is using profile and blog entries to sell targeted ads. *Technology Review, 1*, s/p.
- Recuero, R. (2008). *Práticas de sociabilidade em sites de redes sociais: Interação e capital social nos comentários dos fotologs. XVII Compós*. San Pablo: UNIP.
- Riesman, D. (1995). *A multidão solitária*. San Pablo: Ed. Perspectiva.
- Rifkin, J. (2001). *A era do acesso: A transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia*. San Pablo: Makron Books.
- Riley, T. (1999). *The Un-private House*. New York: The Museum of Modern Art (MoMA).
- Rolnik, S. (2007). *A vida na berlinda: Como a mídia aterroriza com o jogo entre subjetividade-lixo e subjetividade-luxo*. Trópico: San Pablo.
- Rybczynski, W. (1991). *La casa: Historia de una idea*. Buenos Aires: Emece.
- Sennet, R. (1999). *O declínio do homem público: Tiránias da intimidade*. San Pablo: Companhia das Letras.
- Tosi, M. (2007, 2 de diciembre). El fenómeno on line: La Red, vidriera del destape virtual. *La Nación, Suplemento Enfoques*, p. 1.
- Warhol, A. (1998). *Mi Filosofía de A a B y de B a A*. Barcelona: Editorial Tusquets.
- Woolf, V. (1993). *Un cuarto propio y otros ensayos*. Buenos Aires: A-Z Editora.